vinetur

La production de tequila au Mexique est tombée à 495,8 millions de litres après un pic en 2022

Les ventes premium continuent de soutenir la valeur du marché, mais la surabondance de l’offre, la faiblesse des volumes aux États-Unis et l’effondrement des prix de l’agave redessinent le secteur

jeudi 30 juillet 2026



La tequila aborde 2026 comme une catégorie mondiale des spiritueux qui continue de gagner en valeur, mais plus en ligne droite en volume. Le tableau d'ensemble est clair dans les rapports sectoriels et de marché : les ventes au détail poursuivent leur hausse, portées par les produits premium, une demande plus large pour la tequila 100 % agave et l'expansion au-delà de ses bastions traditionnels. Dans le même temps, la croissance physique a ralenti à mesure que le marché américain mûrit, que la consommation d'alcool se modère et que les producteurs écoulent les stocks constitués après le boom post-pandémie.

Une série de marché prudente évalue les ventes mondiales de tequila à environ 12,18 milliards de dollars en 2026, contre 9,11 milliards de dollars en 2021, soit un taux de croissance annuel composé de 6,0 %. D'autres cabinets de recherche situent le marché cette année plus haut, entre 13,1 et 13,7 milliards de dollars. L'écart reflète des méthodes différentes pour mesurer les ventes au détail, les expéditions et la consommation hors domicile, mais pas un désaccord sur la tendance. La tequila continue de progresser en valeur. Ce qui a changé, c'est le rythme et l'équilibre entre prix et volume.

Cette distinction compte, car la base industrielle de la tequila reste entièrement liée au Mexique. Dans le cadre de l'appellation d'origine Tequila, le spiritueux ne peut être élaboré qu'à partir d'agave bleu Weber dans 181 municipalités réparties sur cinq États. Le Jalisco demeure le centre de production, tandis que le Guanajuato est devenu le deuxième grand pôle agricole pour l'agave destiné à la tequila. L'appellation continue de protéger l'authenticité et le pouvoir de fixation des prix, mais elle concentre aussi le risque dans une géographie limitée et rend la catégorie plus exposée aux variations des cycles de plantation, de la météo et des coûts locaux.

Après avoir atteint un pic de production visible en 2022, l'offre s'est nettement corrigée. La production certifiée de tequila au Mexique est montée à 651,5 millions de litres cette année-là, puis est retombée à 598,7 millions de litres en 2023 et à 495,8 millions de litres en 2024. Les références du secteur situent la production 2025 à environ 496 millions de litres. De janvier à mai de cette année, la production a atteint 248,7 millions de litres et les exportations 174,7 millions de litres, ce qui suggère une certaine stabilisation si ce rythme se maintient, même s'il est trop tôt pour y voir un

chiffre annuel définitif.

Le cycle agricole explique une grande partie de la volatilité qui façonne désormais le marché. Le ministère mexicain de l'Agriculture a indiqué que la surface plantée en agave pour tequila avait augmenté de 167 % entre 2014 et 2023. Fin 2023, plus de 214 000 hectares étaient plantés dans 231 municipalités de 12 États, même si seul l'agave cultivé dans le territoire de l'appellation peut légalement devenir de la tequila. Ce décalage entre l'expansion générale des plantations et les limites réglementaires strictes a contribué à faire passer le secteur de la pénurie à la surabondance en peu de temps.

Le résultat a été un effondrement des prix de l'agave. Des données sectorielles citées par IWSR montrent des prix passant de sommets proches de 32 MXN par kilogramme à 5 MXN par kilogramme début 2024. Dans de nombreuses transactions en 2025 et jusqu'en 2026, des sources du secteur ont situé les prix entre 0,8 MXN et 8 MXN par kilogramme, souvent vers le bas de cette fourchette. Pour les grands producteurs, un agave moins cher a amélioré les marges. Becle, propriétaire de Jose Cuervo et d'autres marques de tequila, a indiqué que la baisse des coûts d'approvisionnement liés à l'agave avait soutenu les gains de marge brute. Pour les agriculteurs et les petits opérateurs, en revanche, ce même mouvement a créé une forte pression financière.

Les stocks restent un autre signe que le problème du marché n'est pas un manque de tequila, mais la manière de vendre de façon rentable les volumes déjà disponibles. Fin 2023, le Tequila Regulatory Council du Mexique a indiqué au Financial Times que les stocks atteignaient environ 525 millions de litres, soit presque l'équivalent de la production annuelle à l'époque. Ce surplus continue d'influencer les décisions de prix en 2026 et aide à expliquer pourquoi la croissance en valeur paraît plus saine que la croissance en volume.

Les exportations restent au cœur du modèle économique. En 2024, le Mexique a exporté 400,3 millions de litres sur une production totale de 495,8 millions de litres. Les références ouvertes du secteur font état d'exportations d'environ 407,98 millions de litres en 2025. Le marché intérieur reste important, mais la tequila dépend fortement de la demande étrangère, en particulier de celle des États-Unis.

Les États-Unis dominent toujours très largement. Ils représentent plus des deux tiers du volume mondial de tequila et plus des quatre cinquièmes des expéditions mexicaines à l'export en volume. Les références commerciales ouvertes situent les exportations à destination des États-Unis au-dessus de 331 millions de litres en 2025. Mais c'est aussi là que l'élan s'est le plus nettement essoufflé. IWSR a décrit 2024 et 2025 comme une période de stagnation des volumes de tequila aux États-Unis et prévoit une légère baisse des volumes en 2026.

Cela ne signifie pas que les consommateurs américains se soient détournés de la tequila. Cela signifie qu'ils achètent différemment. Aux États-Unis, la tequila ultra-premium a continué de croître en 2024 et 2025, progressant de 7 % et atteignant environ 17 % du volume de la catégorie, contre seulement 6 % en 2019 selon des données IWSR citées par des publications du secteur. Dans le même temps, les produits super-premium ont reculé de 6 %. Ce glissement suggère que les consommateurs restent prêts à payer pour la qualité, mais deviennent plus sélectifs quant au niveau de prix qu'ils acceptent.

En dehors des États-Unis, plusieurs marchés gagnent en poids. Le Mexique reste le deuxième marché et a enregistré un léger rebond après des années de croissance plus lente. En Europe, l'Espagne et l'Allemagne se distinguent comme destinations de premier plan en volume, tandis que le Canada demeure également important en Amérique du Nord hors États-Unis. La Colombie est devenue l'un des acheteurs à la croissance la plus rapide, tandis que le Japon arrive en tête parmi les données ouvertes sur les destinations asiatiques et que l'Inde est de plus en plus surveillée comme marché d'expansion après de solides gains récents à partir d'une base réduite.

Les chiffres ouverts des exportations pour 2025 montrent que l'Espagne a importé environ 7,07 millions de litres de tequila du Mexique, l'Allemagne environ 6,66 millions de litres, le Canada environ 6,15 millions de litres, la Colombie environ 4,48 millions de litres, la France environ 4,38 millions de litres, le Japon environ 3,98 millions de litres et l'Italie environ 3,76 millions de litres. Les analystes du secteur soulignent aussi des poches de croissance en Asie, en Afrique et en Amérique latine, même lorsque les données publiques en volume restent limitées.

La composition de ce qui est exporté compte autant que sa destination. En 2025, les exportations de tequila 100 % agave ont atteint environ 278,62 millions de litres, contre quelque 129,37 millions de litres pour les catégories de tequila standard, ce qui signifie qu'environ 68,3 % des exportations provenaient du segment haut de gamme, plus étroitement lié au positionnement premium et à une tarification plus forte.

Cette tendance aide à expliquer pourquoi la valeur peut continuer d'augmenter même lorsque le nombre total de litres stagne. Elle façonne aussi la concurrence entre marques et producteurs à un moment où toutes les étiquettes premium ne performent pas de la même manière.

Jose Cuervo reste la plus grande marque de tequila au monde en volume parmi les grandes références suivies par The Spirits Business, avec environ 8,9 millions de caisses de neuf litres vendues en 2024 malgré un recul de 6,4 %. Don Julio a enregistré l'une des plus fortes progressions parmi les grandes marques, avec environ 4,4 millions de caisses, en hausse de 28,2 %. Patrón a reculé de 11,8 % à environ 2,8 millions de caisses et Casamigos a chuté encore plus fortement, en baisse de 20,7 % à environ 2,4 millions de caisses, alors que plusieurs marques premium liées à des célébrités ou à des prix élevés se normalisaient après des envolées antérieures.

Au niveau des entreprises, Becle reste la plateforme dominante dans la tequila grâce notamment à Jose Cuervo, 1800, Gran Centenario et Maestro Dobel. La société a vendu plus de 24 millions de caisses de neuf litres sur l'ensemble de son portefeuille en 2025 et continue de s'appuyer sur la tequila comme cœur de métier, tout en évoluant vers un mix plus rentable au-delà des lignes phares à valeur accessible.

Diageo présente un tableau plus contrasté dans la tequila : Don Julio a été l'un de ses meilleurs performeurs tandis que Casamigos s'est nettement affaibli après des années d'expansion rapide. Brown-Forman a fait état d'un recul organique de 6 % de son portefeuille tequila à l'exercice 2026, sous pression sur Herradura et el Jimador. Espolòn de Campari a mieux résisté que certains concurrents grâce à ce que les analystes décrivent comme un positionnement premium accessible.

C’est peut-être dans cet espace intermédiaire que se jouera une grande partie de la prochaine phase de la tequila. Alors que les pressions inflationnistes persistent et que les consommateurs deviennent plus prudents dans leurs dépenses discrétionnaires, les marques positionnées au-dessus du marché de masse mais en dessous des labels de luxe semblent mieux placées que celles qui tentent de défendre des prix très élevés sans différenciation claire.

L’innovation évolue en conséquence vers les produits prêts à boire à base de tequila, les extensions aromatisées et les lancements visant des segments de prix intermédiaires à supérieurs, perçus comme accessibles plutôt que seulement aspirants pour les grandes occasions. Dans les boissons prêtes à boire aux États-Unis, les produits à base de spiritueux ont rapidement gagné des parts ces dernières années, ouvrant la voie à des margaritas en canette et à des boissons de type spritz liées à des noms établis de la tequila comme Jose Cuervo, Casamigos et el Jimador.

La dynamique des circuits montre aussi à quel point l’attrait de la tequila s’est élargi, même si la croissance ralentit par rapport aux sommets précédents. Certaines sociétés d’études commerciales estiment que le hors domicile représente toujours la majeure partie des volumes de ventes mondiaux, car les consommateurs continuent d’acheter des bouteilles pour la consommation à domicile via les magasins et les chaînes de distribution. D’autres estimations donnent au on-trade une part plus importante lorsqu’il est mesuré différemment ou en valeur plutôt qu’en volume. Pris ensemble, ces éléments suggèrent moins une contradiction qu’un partage des rôles : le retail porte l’échelle, tandis que les bars et restaurants restent essentiels à la premiumisation, aux cocktails et à la visibilité des marques.

Les données on-premise citées par NIQ ont montré que la tequila figurait parmi les rares catégories de spiritueux encore en croissance en valeur à l’échelle mondiale au cours de l’année écoulée sur plusieurs marchés, dont le Canada, le Royaume-Uni et les États-Unis, même si l’Allemagne a été plus faible.

Le commerce en ligne s’est lui aussi installé dans un rôle structurel plutôt que comme une habitude temporaire née de la pandémie. Les ventes d’alcool en ligne restent relativement modestes par rapport au volume total du hors domicile, mais elles

deviennent de plus en plus importantes pour la découverte, les achats premium et les assortiments de niche qui ne sont pas forcément largement disponibles en rayon.

Les évolutions démographiques soutiennent ce schéma de consommation plus sélectif plutôt qu'un simple désengagement des jeunes adultes. Les recherches d'IWSR indiquent que les consommateurs de la génération Z en âge légal participent à la consommation de boissons alcoolisées à des niveaux élevés sur les principaux marchés, mais choisissent moins de catégories par occasion qu'auparavant. Pour les producteurs de tequila, cela signifie que les récits d'origine, la polyvalence en cocktail et une qualité crédible peuvent compter davantage que la seule montée en gamme permanente.

Pour autant, les tendances de la demande ne sont qu'une partie de ce qui définit les perspectives de la tequila cette année. La réglementation et la réputation sont devenues des risques plus centraux qu'elles ne l'étaient lors de la précédente phase de hausse.

L'un des points de friction a été l'étiquetage autour des mentions « additive free ». Le Tequila Regulatory Council du Mexique et les autorités de protection des consommateurs ont soutenu qu'un tel langage pouvait induire les acheteurs en erreur s'il était utilisé commercialement sans vérification formelle selon des normes reconnues. Le sujet s'est envenimé après que les exportations de Patrón ont été temporairement bloquées lors d'un différend lié à des allégations marketing aux États-Unis et après que les autorités mexicaines ont contesté des groupes privés qui certifiaient ou promouvaient le statut sans additifs en dehors des circuits officiels.

L'impact financier direct semble jusqu'ici limité par rapport aux forces plus larges de l'offre et de la demande, mais les enjeux réputationnels sont plus importants car ils touchent à l'authenticité à un moment où les consommateurs prêtent davantage attention aux ingrédients et aux méthodes de production.

La politique commerciale reste une autre préoccupation, même si les dommages immédiats ont été contenus jusqu'ici cette année. Début 2025, de sérieuses inquiétudes existaient quant à de possibles nouveaux droits de douane américains sur les biens mexicains, y compris la tequila, à des taux pouvant atteindre 25 %. À la mi-

2026, Reuters a indiqué que les nouvelles mesures américaines ne modifiaient pas le traitement effectif des biens mexicains conformes aux règles de l'USMCA, ce qui a pour l'instant apaisé les craintes de perturbation directe. Malgré tout, les producteurs restent sensibles au risque tarifaire, car leur dépendance au marché américain laisse peu de place à la complaisance.

Les pressions liées à la durabilité deviennent elles aussi plus difficiles à dissocier des questions de rentabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Le Tequila Regulatory Council a inscrit sa stratégie de durabilité autour d'objectifs incluant la décarbonation, l'efficacité hydrique et de meilleures pratiques agricoles. Des travaux universitaires cités par des sources du secteur estiment qu'une bouteille de tequila reposado peut générer environ 2,27 kilogrammes d'équivalent dioxyde de carbone en tenant compte des étapes de culture, de cuisson, de distillation et de mise en bouteille.

L'utilisation de l'eau et l'exposition énergétique sont particulièrement pertinentes, car la production reste concentrée géographiquement tandis que le stress climatique devient plus visible dans certaines parties de l'ouest du Mexique. La durabilité sociale est tout aussi pressante : lorsque les prix de l'agave s'effondrent à ce point, les profits se déplacent vers les embouteilleurs tandis que les cultivateurs absorbent l'essentiel de la douleur.

Certaines mesures d'atténuation émergent à travers des usages circulaires de la bagasse d'agave dans les matériaux d'emballage et à travers des programmes de biodiversité qui préservent les plants d'agave en floraison, importants pour la pollinisation par les chauves-souris et la diversité génétique au sein des populations d'agave.

Pour l'instant, la plupart des analystes voient jusqu'en 2028 un scénario de base fondé sur des volumes américains stables ou légèrement négatifs, compensés par des gains progressifs au Mexique et dans certains marchés émergents comme la Colombie, le Japon et l'Inde ; une vigueur continue des exportations de tequila 100 % agave ; des hausses de prix plus lentes ; et une premiumisation toujours portée moins par les extrêmes du luxe que par des produits premium accessibles.

Dans cette hypothèse, la valeur du marché mondial continuerait de progresser à peu près au même rythme que depuis 2021, même si les volumes physiques ne se redressaient que modestement par rapport aux niveaux actuels.

La principale incertitude est de savoir si les stocks pourront être réduits sans déclencher une guerre des prix prolongée entre des marques déjà confrontées à une croissance plus faible de la demande sur leur plus grand marché. Une deuxième question est de savoir si les consommateurs américains continueront à monter et descendre dans les segments premium plutôt que d'en sortir complètement à mesure que les tendances de modération se diffusent davantage dans la consommation de spiritueux.

Une troisième question se situe à l'origine : les producteurs, distillateurs et régulateurs peuvent-ils améliorer suffisamment la planification pour éviter de reproduire un nouveau cycle brutal de pénurie suivi de surabondance une fois les prix repartis à la hausse ?

En ce sens, l'histoire de la tequila en 2026 n'est plus simplement celle d'un boom incessant porté par les marques de célébrités et la hausse des additions dans les bars des villes américaines. C'est désormais une activité mondiale plus mature, façonnée par la discipline des stocks, l'économie agricole, la crédibilité réglementaire et des dépenses de consommation plus sélectives — avec le Mexique toujours fermement au centre et une croissance encore intacte רקיעב là où l'authenticité peut être défendue et où le prix peut encore être justifié.